

— у своїй взаємодії і взаємозв'язку компоненти інтелектуального потенціалу забезпечують виконання поставлених завдань заради досягнення визначеної мети.

Інтелектуальний потенціал персоналу має надзвичайно складну сутність і багатовекторність прояву, яка реалізується через механізм його функціонування.

Проаналізуємо структуру інтелектуального потенціалу персоналу готельного підприємства.

До людського потенціалу відносять сукупність знань, навичок, кваліфікації, творчих здібностей окремого співробітника готельного підприємства, з його професійними якостями та здібностями, освітою, вихованням та культурою.

Організаційний потенціал визначає той потенціал творчої активності колективу співробітників готельного підприємства, який забезпечує ефективне використання людського капіталу, що дозволяє одержати більше, ніж суму зусиль окремих осіб підприємства.

Споживчий потенціал — це система довгострокових довірчих та взаємовигідних відносин робітників підприємства зі своїми клієнтами, постачальниками та споживачами.

Таким чином, важливість та значущість кожної з трьох складових інтелектуального потенціалу очевидна, а їх взаємодія сприяє створенню та збільшенню інтелектуального капіталу готельного підприємства.

1. Солсо Р. Л. Когнитивная психология: Пер. с англ. — М. : Тривола, 1996. — 600 с.

СУЧАСНІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВ ГОСТИННОСТІ

Ільченко Д.І.

Науковий керівник — Єфременко Т.М., канд. техн. наук, доцент

Особливості надання послуг у сфері гостинності сьогодні вимагають забезпечення гнучких та ефективних організаційно-економічних механізмів, які б ураховували специфіку управління та маркетингу в індустрії гостинності. Одну з основних функцій у сфері обслуговування туристів та місцевих жителів (внутрішніх туристів) виконують готельні підприємства, котрі забезпечують житлом і побутовими послугами під час подорожі (близько 60 % витрат на подорож припадає саме на розміщення та харчування).

Метою роботи є дослідження сучасних аспектів управління конкурентоспроможністю підприємств гостинності.

Основним завданням сучасного готельного менеджменту є узагальнення інформаційних потоків, збір та систематизація отриманих знань і практичного досвіду і перетворення їх у ключові компетенції, іншими словами – це здатність працівників готельної індустрії створювати унікальні бізнес-процеси і сучасні готельні технології. Сьогодні є нагальна потреба у створенні моделі посилення конкурентних переваг на засадах створення унікальних технологій у готельній сфері.

Сьогодні вчені визначають конкурентоспроможність підприємства як узагальнюючу оцінку його конкурентних переваг у питаннях формування ресурсного потенціалу, якості задоволення споживчого попиту та досягнутої за рахунок цього ефективності функціонування господарчої системи на момент чи протягом періоду оцінювання [1].

Підвищення конкурентоспроможності кожного окремого підприємства є результатом не тільки локальних дій на мікроекономічному, але і наслідком активізації діяльності щодо підвищення конкурентоспроможності на галузевому, регіональному та державному рівнях. Основою конкурентоспроможності країни є конкурентоспроможні національні підприємства, так як вони є основою для створення національного багатства, та їх успіх у конкурентоспроможності багато в чому визначається різноманітними векторами в корпоративному й соціальному середовищі.

Висока конкурентоспроможність означає, що всі ресурси підприємства використовуються настільки продуктивно, що воно опиняється більш прибутковим, чим його конкуренти. Це одночасно передбачає, що підприємство займає стабільне місце на ринку готельних послуг.

Однак в житті цей стан не є незмінним. Тому керівництво підприємств гостинності повинно вміти відслідковувати зміни, які відбуваються в умовах господарювання і проводити відповідні перетворення в політиці ведення бізнесу.

Розвиток готельного господарства постійно потребує підвищення конкурентоспроможності готельних підприємств як на внутрішньому так і на світовому туристському ринку. Тому, основними завданнями готельного бізнесу є: створення конкурентних переваг та застосування сучасних методів управління конкурентоспроможністю на основі оновлення власної політики з урахуванням вимог динамічного ринку готельних послуг, що розвивається.

Ще одним важливим аспектом управління конкурентоспроможністю підприємств гостинності є оцінка рівня конкурентоспроможності, достовірність якої перш за все залежить від їх можливості постійного сканування ринку, в тому числі за межами країни. Відсутність чи

перекручення інформації про діяльність конкурентів може створити у керівників готельних підприємств необгрунтовану думку про переваги над конкурентами, привести до самозаспокоєння та послаблення зусиль, що пов'язані з підтримкою необхідного рівня конкурентних переваг. Тому, для отримання коректних результатів необхідно підсилення стратегічного потенціалу підприємства, здатності до макроекономічного аналізу ситуації в країні та за її межами, здатності до аналізу економічної кон'юнктури ринків готельних послуг.

Загалом місія, принципи та філософія діяльності підприємств гостинності залишаються незмінними протягом тривалого періоду часу, проте стратегічні ресурси змінюються й переглядаються, це забезпечує готелям гнучкість і переваги в конкурентній боротьбі. Запорукою успіху виступають ключові компетенції, що створені підприємством протягом усього періоду його діяльності. Дієвість та ефективність ключових компетенцій безпосередньо залежить від досвіду, мотивації та професіоналізму працівників індустрії гостинності.

1. Стратегічний менеджмент: Підручник/ І.М. Писаревський, О.М.Тищенко, М.М. Поколюдна, Н.Б. Петрова; ред.Аляб'єв; Харк. нац. акад. міськ. госп-ва. – Х.: ХНАМГ, 2009. – 289 с.

ЕКОЛОГІЧНА БЕЗПЕКА ГОТЕЛІВ

Колисниченко Д.О.

Науковий керівник – Александрова С.А., канд. пед. наук, доцент

В останні десятиліття одним з найважливіших факторів, що впливає на розвиток економіки, стала концепція сталого розвитку. Під цим поняттям треба розуміти розвиток суспільства, при якому поліпшуються умови життя людини, а вплив на навколишнє середовище залишається в межах господарської ємності біосфери, так що не руйнується природна основа функціонування людства.

Готелі, особливо великі, з метою забезпечення високого рівня сервісу і якості обслуговування споживають значну кількість ресурсів. Крім споживання води, електроенергії та утворення відходів, у функціонуванні готелів використовують велику кількість хімічних речовин й індивідуальних предметів споживання. Тому в усьому світі активно впроваджують стандарти екологічної безпеки готелів, елементи «зеленого бізнесу».

Під поняттям «зелений бізнес» маються на увазі «еко-готелі». Цей термін використовується для позначення засобу розміщення у якому впроваджують заходи щодо збереження навколишнього середовища, мінімізації негативного впливу на нього.